

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Tingginya laju pertumbuhan penduduk di Indonesia berdampak langsung pada meningkatnya kebutuhan akan rumah tinggal. Berdasarkan data statistik kantor Menteri Negara Perumahan Rakyat (kompas, 2001) kebutuhan rumah di Indonesia adalah sebesar 1,5 juta unit per tahun, akan tetapi pengembang nasional hanya bisa memenuhi 150.000 unit rumah per tahun, itupun 90 % adalah rumah subsidi dan dari 75 % rumah subsidi tersebut merupakan rumah menengah ke atas. Di Jakarta saja kebutuhan rumah tinggal mencapai 64.000 unit per tahun dan pengembang nasional hanya bisa memenuhi sekitar 25 % saja. Dari data ini dapat dilihat bahwa pasar properti adalah pasar yang sangat menjanjikan dan prospeknya sangat bagus.

Akan tetapi bagusnya prospek pasar properti ini tidak diiringi oleh kinerja pengembang nasional. Pasar properti tidak banyak mengalami kemajuan bahkan dengan adanya krisis moneter yang melanda Indonesia membuat pasar properti semakin terpuruk. Salah satu penyebab terpuruknya pasar properti di Indonesia adalah sebagian besar pengembang mengikuti keberhasilan sebagian kecil pengembang lain tanpa di ikuti oleh kemampuan manajemen dan kemampuan memahami pasar (kompas, 2001).

Menurut Eccles dan Paiburn (Torbica and Stroh, 2001) salah satu perubahan paling penting dalam bisnis dewasa ini adalah perubahan dari tinjauan aspek finansial sebagai dasar untuk pengukuran kinerja kepada aspek non finansial. Aspek non finansial yang dimaksud adalah kualitas dan kepuasan konsumen.

Meningkatkan kepuasan konsumen diidentifikasi sebagai salah satu tantangan paling penting menghadapi bisnis tahun 1990-an.

Hal ini terjadi pula pada bisnis *real estate*. Pemahaman kepuasan konsumen dimaksudkan untuk mendapatkan titik temu antara apa yang dilakukan pengembang dan apa yang diinginkan konsumen. Sebagai upaya memenuhi kepuasan pembeli rumah maka pihak pengembang perlu menerapkan skala prioritas di dalam usaha untuk memperbaiki kinerja perusahaannya. Agar usaha perbaikan tersebut dicapai arah dan substansi yang tepat, maka faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen kiranya sangat perlu diketahui.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dikemukakan rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

- Bagaimana pengaruh faktor-faktor kepuasan konsumen pembeli rumah terhadap kepuasan keseluruhan?
- Bagaimana urutan faktor-faktor kepuasan konsumen pembeli rumah?
- Bagaimana urutan tingkat kepentingan faktor-faktor kepuasan pembeli rumah tersebut?
- Bagaimana hubungan antara tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan faktor-faktor kepuasan pembeli rumah?
- Bagaimana hubungan antara tingkat kepentingan faktor-faktor kepuasan pembeli rumah menurut konsumen dan pengembang?

Faktor kepuasan konsumen dibedakan dengan tingkat kepentingan faktor kepuasan konsumen mengingat faktor kepuasan yang ingin diperbaiki pengembang

belum tentu merupakan prioritas yang diinginkan konsumen. Apabila Pengembang dapat mengakomodasi faktor-faktor yang dianggap penting oleh pembeli rumah kemudian pembeli rumah puas atas tanggapan pengembang, maka dapat dikatakan kinerja pengembang tersebut sangat efektif.

Dalam menentukan ranking faktor dan tingkat kepentingan faktor maka sebelumnya di bahas ranking keseluruhan item dan ranking item dalam faktor.

1.3. Batasan Masalah

1. Responden yang dilibatkan dalam penelitian ini adalah pemilik rumah mewah yang berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Responden ini tidak dibedakan berdasarkan umur, penghasilan, pengalaman kerja, jenis pekerjaan, disiplin ilmu, gender ataupun status sosial.
2. Selain melibatkan konsumen pemilik rumah mewah, dalam penelitian ini juga dilibatkan pengembang dari perumahan yang bersangkutan. Pengembang ini hanya terdiri dari pengembang yang membangun perumahan dilingkup daerah penelitian. Pengembang yang dimasukkan dalam data penelitian biasanya membangun kawasan perumahan menengah – atas.

1.4. Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk:

- Mengetahui variabel-variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen
- Mengetahui urutan faktor-faktor kepuasan konsumen pembeli rumah?
- Mengetahui urutan tingkat kepentingan faktor-faktor kepuasan pembeli rumah.

- Mengetahui perbedaan persepsi konsumen mengenai tingkat kepuasan dengan tingkat kepentingan faktor-faktor kepuasan pembeli rumah
- Mengetahui perbedaan persepsi antara konsumen dan pengembang mengenai tingkat kepentingan faktor-faktor kepuasan konsumen pembeli rumah.

1.5. Manfaat Penelitian

- Penelitian ini terutama bermanfaat bagi pengembang, pengembang dapat mengetahui atau mengevaluasi kinerjanya selama ini sehubungan dengan usaha memenuhi kepuasan konsumen.
- Kuisioner yang disebarakan kepada pemilik rumah sangat bermanfaat bagi pemilik rumah itu sendiri. Dikatakan demikian karena pemilik rumah dapat langsung mengutarakan baik buruknya rumah yang mereka huni kepada pengembang.
- Karena selama ini penelitian di bidang kepuasan konsumen khususnya kepuasan konsumen pembeli rumah mewah adalah masih terbatas, maka penelitian ini adalah sebagai salah satu sumbangsih dalam rangka memperbanyak pendekatan-pendekatan di bidang kepuasan konsumen.

1.6. Keaslian Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa hal yang membedakannya dari penelitian terdahulu. Pertama, adalah bahwa segmen dalam penelitian ini adalah khusus pada rumah mewah. Kedua, tingkat kepentingan faktor kepuasan konsumen di ukur secara langsung dengan bentuk kuisioner tersendiri. Berikutnya adalah bahwa tingkat kepentingan faktor juga ditinjau dari sisi pandang pengembang. Berdasarkan

pertimbangan di atas maka instrumen HOMBSAT (Stroh and Torbica, 2001) dapat dikembangkan menjadi tiga bentuk instrumen.

1. Instrumen I digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen berdasarkan tiga faktor kepuasan yaitu kepuasan terhadap desain rumah, kepuasan terhadap kualitas rumah dan kepuasan terhadap pelayanan pengembang. Dalam instrumen ini juga bisa diperoleh skor kepuasan keseluruhan (*overall satisfaction*). Dapat dilihat pada lampiran 8
2. Instrumen II digunakan untuk mengukur tingkat kepentingan faktor-faktor kepuasan konsumen.
3. Instrumen III digunakan untuk mengukur tingkat kepentingan faktor-faktor kepuasan konsumen menurut pengembang.

1.7. Sistematika Penulisan Tesis

Untuk dapat memahami secara cepat maka dibawah ini disajikan sistematika penulisan tesis dalam bentuk ringkas. Tesis ini terdiri dari lima bab yang masing-masing berisi:

BAB I

Berisi latar belakang sehingga masalah kepuasan konsumen perlu diangkat sebagai bahan kajian, rumusan masalah dan batasan masalah berisi ruang lingkup penelitian, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian, manfaat yang nantinya ingin diperoleh dan sistematika penulisan tesis. Agar lebih mudah memahami isi tesis dikemukakan sistematika penulisan tesis dan mengemukakan keashiaan dari penulisan tesis.

BAB II

Mengemukakan beberapa landasan teori yang menjadi acuan dalam penulisan tesis. Pada bab ini mengemukakan tentang pengertian kepuasan konsumen, pengertian konsumen, batasan rumah mewah, juga mengemukakan teori ketiga faktor kepuasan konsumen pembeli rumah yaitu desain, kualitas dan pelayanan pengembang.

BAB III

Pada bab ini ditekankan pada metode penelitian tesis. Bagian awal berisi pengenalan obyek penelitian, sumber data, selanjutnya mengemukakan metode pengambilan responden, Metode pengukuran kepuasan konsumen, metode pengambilan data, analisis data dan jenis data yang diperoleh.

BAB IV

Berisi analisis pengolahan data, yaitu mengemukakan metode analisis data beserta penjelasan analisis dan hasil yang diperoleh dari analisis tersebut. Diawali dengan pembahasan analisis regresi linear berganda untuk menentukan pengaruh faktor-faktor kepuasan konsumen terhadap kepuasan keseluruhan, kemudian menentukan urutan tingkat kepuasan konsumen dengan analisis metode rangking sederhana, analisis metode rangking sederhana juga digunakan untuk menentukan urutan tingkat kepentingan faktor-faktor kepuasan konsumen, selanjutnya dipaparkan adanya gap antara tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan faktor .
kepuasan konsumen, analisis ANOVA digunakan untuk mengetahui adanya perbedaan persepsi konsumen mengenai tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan

faktor kepuasan. Bagian terakhir mengulas masalah perbedaan persepsi antara konsumen dan pengembang mengenai tingkat kepentingan faktor kepuasan konsumen.

BAB V

Berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan ditambahkan dengan saran.

